Ticaret

Vikipedi, özgür ansiklopedi


Gdańsk

Ticaret malların/ürünlerin üretim sürecinden tüketimine kadar geçen zamanda, ekonomik değer taşıyan başka nesneler ile değiştirilmesi, alışı ve satışı anlamında kullanılmaktadır.[1] Ticaretin insanlık tarihindeki ilk şekli takastır. Takas yöntemi ile, mal ve hizmetler birbiri karşılığında değiş tokuş edilir. Günümüzde ise artık değişim aracı olarak para kullanımının keşfedilmesi insanlık tarihinin erken dönemlerine dayanmaktadır. Pek çok tarihçi ticaretin, iletişimin doğuşunu takiben takas yöntemiyle başlamış olduğunu düşünmektedir.

Ticaretin ortaya çıkış nedeni, insanın ihtiyaçlarını karşılama arzusudur. Üretimin ve kaynakların kısıtlı olmasından dolayı insan, kendinde olmayan mal veya hizmeti bir başkasından sağlamak istemiş, bunun için de kendinde bulunan mallar ile değiş tokuş yapmaya başlamıştır. Daha sonra iş bölümünün gelişmesi ve ticari malların çeşitlerinin artması ile, ortak bir değişim aracına ihtiyaç duyulmaya başlamıştır. Böylelikle ekmek, altın, fasulye, inci gibi mallar, para gibi bir değişim aracı olarak kullanılmaya başlamıştır.

Paranın keşfi, ticaretin kolaylaşmasını ve yaygınlaşmasını sağlamıştır. Taşımacılığın ve iletişimin de gelişmesi ile birlikte ticaret bugünkü halini almıştır. Bu gelişim sırasında da içinde bulunduğumuz ekonomik sistem gelişmiş, ticareti düzenleyici kanunlar yapılmıştır. Günümüzde ticaret, ekonominin merkezinde yer almaktadır.

İçindekiler

Ticaret kavramı

Ticaret kavramı, günümüz ticaret eğitiminde kullanılan anlamı olan; *“Malların ticaret yapmak amacıyla alımı ve tam bir işlem ve muameleye tabii tutmadan satımı (mal ticareti)”*, şeklindeki tanımı ilk olarak 19. yüzyılının başında kullanılmıştır. *Rudolf Seyyfert’e göre mal ticareti; malın satışı, nakliyesi ve yeniden paketlenmesidir ve bu hizmetler ticaretin belirleyici temel işlevleridir.”* Ticari işletmeler, bu temel işlevleri ve başka ticari faaliyetleri; a) sektörel, b) sınırlı ya da tam olarak, c) kendi adına, d) bütün risklerini üstlenerek yapan kuruluşlardır ve bu kuruluşlar tedarik ve pazarlama konusunda işin uzmanlarıdır.

Anılan tanımlar ticaretin pazar ekonomisindeki özel anlamını vermemektedir. Bu tanımlama, ticaretin pazar ekonomisindeki anlamı ile daha açık bir şekilde vermektedir: *“Ticaret, çeşitli malların sunulduğu sürüm ve satış pazarı ile mal ve hizmet talebini karşılayan tedarik pazarının devamlı ve eşzamanlı işleyişidir.” (Schenk 2007, s. 16).* Bu yüzden ticaret, diğer hiçbir ticari sektörde olmadığı gibi, pazar ekonomisinin temel unsurudur. Ticaret, soyut-düşünsel değil, somut hizmet ve ürün değişiminin gerçekleştiği pazarlar yaratır. Bu tanım, yerleşik ticaret ve mekâna bağlı olmayan katalog üzerinden alışveriş ve sanal ticaret için de geçerlidir.

Bunların dışında, dar anlamda, ticaret yapan kuruluşlar dışında da, ticaret benzeri iş yapan kuruluşlar mal değişiminde yer alır. Bu kuruluşlara örnek; ticari temsilcilikler, komisyon kuruluşları ve komisyonculardır.

Ticaretin kapsamı

Ticaret ya da mal değişimi; malların farklı üreticilerden veya teslimatçılardan alınarak nakliyesinin yapılması, depolanması ve daha sonra, bir araya getirilen malların bir işlemden geçirilmeden, ya toptan ticaret şirketlerine ya da perakende ticaret ile uğraşanlara satılmasını kapsar. Ticaret ile ilgilenen kimse veya şirket normalde sadece kâr etmek amacıyla çalışır. Ticaretin serbest piyasa ekonomisindeki etkinliğinin gerçekleşmesi, mal pazarları, tedarik pazarları, rekabet pazarları ve iç pazarların işleyişi ve organizasyonu ile mümkündür. Bu, her ticaret kurumu için aynıdır. Üretim

işinden farklı olarak ticarette yeni mal üretilmez, ancak bazı iş kollarında ürünler işlenerek geliştirilebilir. Ürünün zenginleştirilme işlemine tabi tutulması haricinde, ticaret sektöründe iş yapan bir kuruluşu, hizmet sektöründe iş yapan bir kuruluştan ayıran en büyük özellikler; malların depolanması, stoklanması ve sürüm şeklidir.

Mal ticaretinin yanı sıra, para, hizmet veya bilgi ticareti de yapılmaktadır. Ticaret, genelde, üretim sektörüyle (zanaat) ya da hizmet sektörü ile (değerli kâğıt) bağlantılı olarak karşımıza çıkar. Genelde bir yerde az, başka yerde de çok olan mallar ile ticaret yapılır. Bunun sebebi de doğal kaynakların sadece bazı bölgelerde bulunması, üretim – tüketim ilişkisi ya da bir ürünün sadece bir yerde ve çokça üretilmesidir. Küreselleşme ve toplum ihtiyaçları, ticarette, tedarik ve pazarlama uzmanlarının pazarlara uygun organize bir şekilde çalışmalarını gerektirmektedir.

Hukuksal olarak ticari ortakların anlaşmalar imzalamaları gerekmektedir. Ticaret yapan ortaklar arasında ticari ilişki bulunur. Ülke içinde yapılan iç ticaret ile ülkeler arası yapılan dış ticaret arasında farklılıklar söz konusudur. Avrupa Birliği içerisindeki ticari ortaklar arasında yapılan ülkeler arası ticaret AB-iç ticareti olarak kabul edilir.

İktisat bilimi açısından ticaretin faydaları

Ticaretin 3 tür faydası vardır[2]:

1. Yer (Mekan) Faydası: Ürünün bulunduğu veya çok olduğu yerden alınarak az bulunduğu ya da bulunmadığı yere götürülerek satılmasıdır. Tacirin faydası elde ettiği kardır. Müşterinin faydası ise ürüne zahmet harcamadan ulaşabilmektir. Örneğin, deniz mahsulleri.

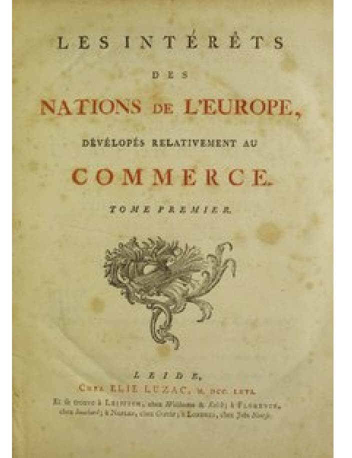
2. Zaman Faydası: Ürünün bulunduğu zaman depolanarak (stoklanarak) bulunmadığı zamanda ortaya çıkarılıp satılmasıdır. Örneğin mevsimlik tarım ürünleri. Uç örnekleri karaborsacılık şeklinde ortaya çıkar.

3. Mülkiyet Faydası: Ürünün elinde bulunandan alınarak bulunmayana ulaştırılmasıdır. Örneğin köylerden sütlerin toplanarak mandırada işlenmesi. Köy ürünlerinin alınarak isteyenlere satılması.

Sanayinin ise 1 tür faydası vardır:

- Şekil Faydası[3]: Doğada bulunan ürünlerin şeklinin değiştirilerek insanların kullanabileceği hale getirilmesidir. Yani hammadde işlenerek farklı bir biçim verilmektedir.

Ticaretin tarihi ve toplumsal anlamı



Intérêts des nations de l'Europe, dévélopés relativement au commerce, 1766

İlkel toplumlarda mal alışverişi, değiş tokuş / takas ticareti veya doğal alışveriş olarak bilinen, ürüne/mala karşı ürün/mal olarak yapılırken, gelişen modern para ekonomisinde, ticaret, paraya karşılık mal/ürün alışverişi biçiminde yapılmaktadır. Ticaret kavramı ilk olarak 15. yüzyılda ortaya çıkmış, ancak 18. yüzyılda uzak ticaretin ve kentsel ticaretin gelişmesiyle ortaya çıkan tüccar birliği, ticarethane, ticaretçi ya da ticari gibi kavramların arkasında kalmıştır. Bu ticaret şehir ve ülkeler arasında olabilir.

Uzun yıllardan beri üretici ile tüketici arasında tüccarlar aracılığıyla gerçekleşen mal alışverişi ticareti meydana getirmektedir. Ancak bu alış-veriş sonucunda yayılmış olan mallar, bizlere nasıl yayıldıkları hakkında bilgi vermemektedir. Tüccarlar, kültürel erken dönemlerde malların tedarikini ve taşınmasını ilk olarak *denizaşırı ticaret* altında yapmışlardır. Tüccarlar hammadde, işletme sermayesi, yatırım ve tüketim malları gibi ticaret mallarının kuryeleri olarak malların nakliyesini kendi devletlerinde yapmadıklarından, mal ulaşımını da kontrol etmişlerdir.

Yüksek kültürlerin ve yeni devletlerin kurulması ile sıklaşan denizaşırı ticari ilişkiler, kültürel etkileşimin başlamasında da etkili olmuştur. Bölgesel ve yerel ticaret ilk olarak Orta Çağ'da başlamıştır. Orta Çağ'da başlayan bu ticaret, sağlam temellere sahip olup, tüccar ailelerin yüzyıllık bilgi ve tecrübelerine dayanarak yapılmıştır. Venedik, Pisa, Cenova, Floransa, Marsilya gibi önemli şehirlerin kurulmasında da, bu sağlam temellere dayanan ticaretin önemi ve rolü büyüktür.

Ebla krallığı M.Ö. 3000-2000 yılları arasında önde gelen bir ticaret merkeziydi ve ticaret ağı Anadolu ve kuzey Mezopotamya'ya kadar ulaşmıştı.[4] Uygarlıkların bir yükselmesi bir gerilemesi bölgesel ve bölgeler üstü kartelleşmede dalgalanmalara neden olmuştur. Birbirinden çok farklı iki değerli taş zengini uygarlık arasında, İndus Vadisi Uygarlığı (Harappa Uygarlığı; MÖ 2600- MÖ 1900) ile Sümer Uygarlığı (MÖ 3500 - MÖ 2000) arasında yüzyıllar süren, oldukça yoğun ticari ilişkiler yürütülmüş, fakat; İndus Vadisi Uygarlığı'nın yıkılması ile Sümerlerin de hem iç ticaretleri hem de dış ticaretleri zarar görmüştür. Aynı zamanda, Tunç Çağı döneminde, kıta Avrupa'sı ile Akdeniz Bölgesi ve Kuzey Avrupa arasında Kehribar Yolu üzerinden takas ticaretinin gerçekleştirilmiş olduğu kanıtlanmıştır.

Antik Çağ'da, batıda Antik Yunan ve Roma Uygarlıkları, uzak doğuda Çin Uygarlığı gibi yeni ve birbirinden çok farklı imparatorluklar kurulmuş ve böylece Avrasya ekseninde denizaşırı ticaret yoğunlaşmıştır. Bu ticaret Çin'den başlayarak Anadolu ve Akdeniz aracılığıyla Avrupa'ya kadar uzanan ve dünyaca ünlü ticaret yolu olan İpek Yolu üzerinden gerçekleştirilmiştir. Batı ülkeleri Çin'den satın aldıkları İpeği, İpek yolu üzerinden taşımışlardır. Bu durum bize İpek Yolu üzerinde gerçekleşen kıtalararası alış-verişin bir kanıtıdır. Ancak, Avrasya ekseninde meydana gelen Kavimler Göçü, ticaretin temelden sarsılmasına neden olmuştur. Hatta Roma İmparatorluğu'nda merkezi otoritenin çökmesine ve bununla birlikte başlayan çözülmeler ile de birçok şehrin yıkılmasına dahi neden olmuştur.

Orta Çağ'da Avrasya bölgesinde yeni imparatorlukların kurulması ve var olan imparatorlukların güçlenmesi ile denizaşırı ticaret yeniden ivme kazanmıştır. Bu dönemde, eskisine göre daha yoğun ve sistemli yapılan ticaret, Avrupa'nın gelişmesinde ve sadece kıtasal bir bölge olmaktan çıkıp, bir merkez haline gelmesinde etkili olmuştur. Orta Çağ'dan Yeni Çağ'a giriş döneminde, Avrupa'nın deniz ticareti, Venedik, Cenova, Hansa Şehirleri

gibi şehir devletlerinin kontrolünde olup, bu şehirlerde yaşayan köklü tüccar aileler tarafından yapılmaktaydı. Sosyolog Ferdninant Tönnies'e göre, dönemin denizaşırı ticareti ile ilgilenen tüccarlar, geleneksel ilişkilere faydacılık düşüncesini getirmiş ve bu düşünce sisteminin tüm toplumlara mal edilmesini sağlayan meslek grubuna ait kişiler olarak kabul edilmişlerdir. Bu anlamda, tüccarların oluşturduğu loncalar büyük bir önem kazanmıştır.

Pusulanın icadı ile denizcilik gelişmiş ve ticaret yolları önemini yitirmeye başlamıştır. Osmanlı'nın ve diğer ülkelerin ticaret yolları üzerindeki denetimi ve uyguladığı yüksek vergiler nedeniyle Avrupalılar, Asya'ya daha ucuza ulaşabilmek ve oradan baharat ve benzeri maddeleri daha ucuza ve daha hızlı taşıyabilmek için yeni ticaret yolları aramaya başlamışlardır. Bu amaçla 15. ve 16. yy.larda coğrafi keşifler başlamıştır. Kristof Kolomb (1451–1506) kısa yoldan Hindistan'a ulaşmak amacıyla yola çıkmış, ancak Hindistan yerine Amerika kıtasına varmıştır.

Ortaçağ'da otarşinin gelişimi ile Avrupa'da bazı şehirler kendi paralarını bastırmış, localar ve esnaf birlikleri sayesinde oluşturulan piyasa düzeni ile her şehirde fevkalade işleyen şehirsel perakende ticareti başlamıştır. Bu gelişmeler, ticaret hükümdarları olarak nitelendirilebilecek Fugger, Welser, Paumgartner ve Alman Tucher ailesi gibi büyük ve önemli aileler tarafından gerçekleştirilmiştir. Ticaret, sanayi devriminin başlaması ile Perakende Ticaret ile Toptan Ticaret olarak ikiye ayrılır.

Ticaret kurumlarının ve bu kurumların faaliyetlerinin ve biçimlerinin incelendiği "Ticaretin Kurumsal Tarihi"ni, "Ticaretin Düşünce Tarihi'nden ayırmak gerekir. Ticaretin Düşünce Tarihi geleneksel olarak "Ticaretin Dogmatik Tarihi" olarak da nitelendirilir; ancak bu kavram pek uygun değildir. Bunun sebebi, ticaret ile ilgili yeni fikirler geliştirilmesinde dogmatik kuramların değil, yeni, uygulanabilir ticari bilgi ve yeni ticaret tekniklerinin ele alınmasıdır. Ticaretin Düşünce Tarihi, aynı zamanda, sikkelerin ve diğer değer ölçütlerinin gelişiminden, çifte defter tutmaya ve uluslararası ticari bağlantıların internet üzerinden kurulmasına olanak veren modern teknolojinin ticarette kullanımına kadar olan geniş bir inceleme alanına sahiptir.

Ticaretin toplumsal anlamı aslında ziyadesiyle çok yönlü bir konudur ve ilk tüccar eğitiminden, genel refah seviyesinin artmasına, ticari ilişkiler ve ödemeler için hukuk kurallarının sistemleştirilmesinden, modern anlamda "Tüketimin Demokratikleştirilmesi"ne kadar birçok alana uzanmaktadır. Zira matbaanın icadına kadar sadece din adamları, soyluların bir parçası sayılmış, okuma, yazma ve hesap yapmayı öğrenebilmişlerdir. Yerleşik perakende ticaretinin sunduğu çok çeşitli ürün seçenekleri ve sürekli yeni ürünlerin hayatımıza geçmesi sadece tüketim tarzımızı değil, aynı zamanda toplumsal yaşamı da büyük ölçüde etkilemiştir. Şehir içindeki küçük ve orta ölçekli mağazalar, görkemli, lüks ve büyük alışveriş merkezleri ya da şehir dışlarında kurulan ucuz alışveriş merkezleri bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Uzun yıllar boyunca bir alışveriş merkezi şirketler grubunun kullandığı "Dünyamıza Misafir Olun" sloganı "ticaretin kültürel işlevini" çok iyi yansıtmaktadır. Avusturyalı ekonomist Karl Oberparleiter'in dediği gibi: "Tüketim mallarına, her kültürden insanın doğrudan ulaşmasını sağlamak".

Ticaret Dilleri

Denizaşırı Ticaret ile uğraşan tüccarlar, başka halkalar ve tüccarlar ile anadilleri ile iletişim kuramadıklarından, ticari ilişkilerde kullanmak amacıyla iki tarafın da anlayabileceği çeşitli diller oluşturmuşlardır. Bu diller; ya Farsça veya Orta Batı Afrika'da kullanılan, Afro-Asyatik dil olan Hausa gibi bölgeler üstü öneme sahip ya da Pidgin olarak adlandırılan, sadece ticarette kullanılan ve bir anadil olma özelliği taşımayan yardımcı dillerdir. Hint – Avrupa dil ailesinin alt birimi olan Roman dilinden türetilen ve bu dil ailesine ait olmayan dillerle, özellikle Arap dili ile ticaret yapabilmek amacıyla oluşturulan Lingua Franca olarak da bilinen Sabir dili ve Rusça ile Norveççeden oluşturulan ve bir Pidgin dil olan Russenorsk tanınmış ticaret dilleridir.

Modern Ticaret

Ticaret, ulusal ekonomide belirleyici bir hacme sahiptir. Aynı zamanda, bir ülke veya AB gibi ülkeler topluluğunun sınırları içerisinde gerçekleşen İç Ticaret, ülkelerin birbirleri ile yaptıkları sınır ötesi ticaret olan Dış Ticaret ve Transit Ticaret ile aynı öneme sahiptir. Malların yurt dışına satılmasına İhracat, yurt içinde yabancı malların satılmasına ise İthalat denmektedir.

İç Ticarette, Toptan Ticaret ve Perakende Ticaret olmak üzere iki tür vardır. Toptan Ticaret yapana toptancı, perakende ticaret yapana da perakendeci denir. Toptancılar, üretici ve perakendeci arasında aracılık yapan, depolama, taşıma, dağıtım gibi faaliyetlerle uğraşan büyük ölçekli işletmelerdir. Perakendeciler ise malları küçük miktarlar halinde satan işletmelerdir. Perakende ticaret, malların doğrudan doğruya tüketicilere satılmasıdır. Bunlar müşterilerin alım kapasitesine, bağımsızlığına, müstakil ve ticari anlaşmalara bağlı ticarete göre belirlenmektedir. Ticaret eyleminin yerine bağlılık konusunda da Sabit Ticaret, Seyyar Ticaret ve Elektronik Ticaret (E-Ticaret) olarak birbirinden ayrılmaktadır.

Bir ülkede, ihracat ithalattan fazla ise dış ticaret fazlasından söz edilir. İhracatın bir ülkeye katkısı, ülkeye para akışını sağlamasıdır; ancak sakıncası ise, ihracatın yapıldığı ülkelerin ekonomik esenliklerine olan bağlılıktır. Bundan dolayı, bir ülkede meydana gelen bir ekonomik kriz diğer bir ülkeye sıçrar. Ucuz işgücü ülkelerinden yapılan ithalatın muğlâk etkileri vardır: Bir taraftan ülke içinde tedarik ucuzlar; ancak diğer taraftan da rekabet eden yerli üreticiler pazardaki yerleri kaybedebilirler.

Ülkede ithalatın ihracattan fazla olması durumunda da dış ticaret açığı ortaya çıkar. Ülkede bulunmayan ürünlerin dışarıdan temin edilebilmesi ithalatın temel olarak sağladığı avantajdır. Örneğin; Bir ülkede bulunmayan hammadde ve ülkede yetişmeyen meyvelerin başka yerlerden getirtilmesi gibi. Ancak, başka ülkelere ve onların teslimatlarına bağımlı durumda olmak ithalatın en büyük dezavantajıdır. Bu durum, özellikle, Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü'nün (OPEC) petrol üretimini ciddi bir şekilde azaltması ve patlak veren petrol krizi ile oldukça belirginleşmiştir.

Dış Ticaretin anlamını ve sağladığı kazançları açıklamak için, bir yandan teknolojik farklılıklar ya da kaynak donanımından (Heckscher-Ohlin-Theorem) dolayı karşılaştırmalı üstünlükler konsepti, diğer yandan da henüz tamamlanmamış rekabet ve dış ticaret ile ilgili teoriler ön plana çıkar.

İç Ticaret'in anlamını ve önemini açıklamak amacıyla birçok konsept geliştirilmiştir. Bunlardan en önemlileri; iş bölümü konsepti, karşılaştırmalı maliyet avantajı teorisi, karşılaştırmalı fayda avantajı teorisi, ticaret işlevi teorisidir.

Modern ticaret, genel anlamda köklü yapısal değişimlere uğramakta ve ekonomi alanında başka hiçbir alanda görülmeyen bir dinamik oluşturmaktadır (Ticarette değişim). Son on yıl içinde, makro ekonomik ticari dinamikler, aşağıdaki köklü değişimleri yaşamıştır.

- Ekonomi alanındaki değişim (işbirliği, birleşme, rasyonalizasyon, işletme karşılaştırması ve işletme danışmanlığı, selfservis)
- Teknoloji alanındaki değişim (Teknikleşme ve bilgisayarlaşma, modernleşme ve elektronik ticaret)

- Organizasyon ile ilgili değişim (işletmesel, işletmeler arası ve işletmeler üstü yeniden organizasyon)
- Bilgi alanındaki değişim (elektronik ortamda bilgi üretimi ve yönetimi, elektronik medyanın işletme içi ve işletmeler arası kullanımı)
- Sosyal alandaki değişimler (sosyal bütünleşme, esneklik ve kooperatif yönetim şekli)

Ticarette Etik

Tüm beşeri işlerde olduğu gibi, ticarette de ahlaksal bakış açıları tartışılmaktadır. Sosyal ve ekolojik olarak kabul edilebilir bir model olarak karşımıza çıkan Adil Ticaret (Fair Trade) bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Adil ticarette, üreticiden tüketiciye varıncaya dek bütün ticari aşamalar, ahlaksal bir bakış açısı ile değerlendirilir; özellikle de, gelişmekte olan ülkelerde, tarım üreticilerinin adil bir bedel almaları gözetilir. Ancak, Adil Ticaret kavramı, normal ticaretin adaletsiz veya daha az adil ticaret olarak algılanmasına yol açabilir, böylece ticarete karşı olan "önyargı geleneğinin" devam etmesine neden olur.

Şüphesiz, modern ticaret yönetiminde, pazar katılımcılarını (alış ve satış) belirlemek ve onların kararlarında etkili olabilmek amacıyla başarılı tedbirler alınmakta, psikotaktiksel ve stratejik pazarlama teknikleri kullanılmaktadır. Raflarda malı rahatça alabilmek için bırakılan boşluklar, kelepir mal reyonları, büyük alış-veriş sepetleri, sakinleştirici fon müziği ve günlük hayatta karşılaştığımız bunlara benzer birçok durumda, satış oyunları etik olarak düşünülemez, aksine kısıtlayıcı bir güdümleme olarak kabul edilir. Satın alma, tuzaklar ve hilelerle değil de, alıcıyı ikna etme yolu ile veya alıcının özgür iradesi ile verdiği karar doğrultusunda gerçekleştiği sürece etik söz konusu olur.

Küreselleşme bağlamında ticaret

Günümüzde, dünya ticareti, karşımıza küreselleşme bağlamında çıkmaktadır. Dünya Ticaret Örgütü önderliğinde, Ticaret ve Gümrük Tarifeleri Genel Anlaşması ile gümrük engelleri kaldırılarak serbest mal ve hizmet akışı teşvik edilmektedir. (Anlaşmanın amacı: İthalat vergilerini azaltmak, uluslararası ticaretin önündeki tüm engelleri kaldırmak ve ticarette ayırımcı uygulamalara son vermek, bkz. Ticaret ve Gümrük Tarifeleri Genel Anlaşması). Ancak, bu serbest ticaret politikası tartışmalı bir konudur. Küreselleşme eleştirmenleri, bu durumda, az gelişmiş üçüncü dünya ülkelerinin mağdur duruma düşürüldüğünü ve ülkelerin mülki yönetimlerinin de ihlal edildiğini (bağımsızlık kaybı) görmektedirler.

Teorinin yanı sıra tecrübeler de uluslararası mal değişiminin refah seviyesini artırdığı kanıtlanmıştır. 1950'li yıllardan beri dünyada yoksulluk ve açlık tehdidi altında olan insanların sayısında devamlı bir düşüş yaşanmıştır. Serbest ekonominin temel düşüncesi çok çeşitli olsa da zaman içerisinde yaşanan krizler, rüşvet ve devletlerin müdahaleleri ile kısıtlanmıştır. Ticarete izin vermek yerine, birçok alan, serbest ticaretin avantajlarına odaklanmaktadır. Bazı ekonomiler, üçüncü dünya ülkelerinin sadece gelişim fonlarından yapılacak başlangıç yardımı ile birinci dünyaya yükselme (ilerleme) sağlanabilirdi. Buna göre, ilk önce altyapının oluşturulması ve halkın parasının biriktirilmesi gerekir.

Günümüzde küreselleşme düşüncesi iç ticarette de yer edinmiş durumdadır. Ülke içerisinde sıkı rekabet düşüncesi, modern ulaşım ve nakliye olanakları, güvenilir ödeme ilişkileri ve dünyayı çevrelemiş olan internet ve iletişim ağı, ulusal toptan ve perakende ticaret holdinglerinin dünya genelinde sürekli daha fazla yeni pazarlara girmesini sağlamaktadır. 80'li yıllarda ortaya çıkan uluslararasılaşma dönemi (komşu yabancı ülkelerde filolar kurmak), uluslararası çalışan büyük kuruluşların küreselleşme dönemine geçişi olmuştur.

E-ticaret

1995 yılından itibaren artan internet kullanımına paralel Elektronik Ticaret ya da popüler adıyla e-ticaret, ticaretin web ve diğer elektronik ortamlarda yapılmasına imkân tanıyan platformdur. E-ticaret ürün ve sunulan hizmetlerin üretim, tanıtım, satış, sigorta, dağıtım ve ödeme işlemlerinin internet üzerinden yapılmasıdır. Elektronik Ticaret reklam ve pazar araştırması, sipariş ve ödeme, teslimat olmak üzere üç aşamadan oluşur.

Son yıllarda hızla yaygınlaşan internet, elektronik ticareti, ticari işlemlerin yürütülmesinde yeni, hızlı, kolay ve etkin bir araç haline dönüştürmüştür. Tüm dünyada ticaretin serbestleştirilmesi çalışmaları kapsamında, son on yılda yaşanan bilgi iletişimini kolaylaştıran, hızlandırılan ve daha güvenli hale getiren teknolojik gelişmelerle birlikte e-ticaret her geçen gün daha da popüler olmaya devam ediyor.

Bu gelişmeler ile birlikte bankalar sanal ödeme araçlarını geliştirerek internet üzerinde kredi kartı ile yapılan alışverişler artık çok daha güvenilir hale gelmiştir.

Ticaret yolları

Ticaret yolu kavramı ile Antik Çağ'da yapılmış olan belli eski sokaklar belirtilmektedir. Bu yollar ülkeler arası güzergâhlar olup, ticaret mallarının nakliyesi için kullanılmıştır. Konumuzda asıl anlatılan şey, yolların nasıl yapıldıkları ve sağlamlıkları ile değil, daha çok ticaret ile ilgilidir. Yolların tanınmışlık dereceleri, kullanımları ve isimleri onları ayıran özelliklerdir.

Ticaret yolları, normalde işlenmemiş yollar idi ve ilk olarak Roma döneminde taşlar ile döşenip sağlamlaştırılmıştır. Güzergâhlar, genelde ya dağ sırtlarında ya da yamaç boyunca ilerleyen su kanallarını takip etmiştir. Yolun bir bölümünün bozulması halinde bozulan yerin hemen yanından ya da yaklaşık yüz metre ötesinden yola devam edilmiştir ki bu yöntem yola kıvrımlı bir nehir görüntüsü vermiştir. Ulaşım genelde yük hayvanları ya da atlar pahalı olduklarından öküzler tarafından çekilen tahta arabalar ile yapılmıştır. Dağlık bölgelerde oluşturulan patikalar ve havanın çok soğuk olduğu bölgelerde donmuş nehirler ve göller aynı zamanda ticaret yolu olarak kullanılmış, akarsu engellerini aşmak için ırmakların geçit yerleri kullanılmıştır.

Ortaçağ'da kullanılan ticaret yollarının işlenmemiş ve sağlam olmamaları, tahta arabaların tekerleklerinin sürekli çıkmasına ve millerinin kırılmasına neden olmuştur. O zamanın kurallarına göre bu tür durumlarda yere dökülen mallar, döküldükleri arazinin sahibinin malı olarak sayıldığından önemli bir gelir kaynağı haline gelmiştir. Dolayısıyla, yolların bozuk olması ve yol bakımı ile kimse ilgilenmemiş, hatta bazı mülk sahiplerinin, arabaların devrilmesi için yolları kasıtlı bir şekilde daha çok bozduklarına inanılmıştır.

Köprü, geçit ve vaha gibi kesişim noktaları, şehirleşmenin kökeni olarak sayılmaktadır. Ticaret yolları ağı üzerinde bulunan Kervansaraylar, misafirhaneler, şose evleri ve daha sonra ortaya çıkan postaneler gibi bazı tesisler, malları taşıyanlar için ayrı bir öneme sahip olmuştur. Bu tesisler geceyi güvenli bir şekilde geçirmek, yeme ve içme ihtiyaçlarını karşılamak, dinlenmek ve kafile ile sürücü değiştirmek için kullanılmıştır.

Dünyanın en uzun ve belki en ünlü ticaret yolu İpek Yolu'dur.

Bazı önemli uluslararası ticaret yolları listesi

- İpek Yolu
- Baharat Yolu
- Kral Yolu
- Tuz Yolu

Kaynakça

1. ^ Samuelson, P (1939). "The Gains from International Trade". The Canadian Journal of Economics and Political Science. 5 (2): 195–205. doi:10.2307/137133. JSTOR 137133.
2. ^ Ekonomi, Temel Kavramlar, Prof. Dr. Kamil ALAKUŞ, OMÜ, Fen-Edebiyat Fakültesi, İstatistik Bölümü, Samsun-2020
3. ^ Pazarlama Yönetimi, Bilimsel Kitap, Bölüm(ler), Dağıtım Kanalları ve Lojistik Yönetimi, Armağan Ece, Mehmet Marangoz, 2017, 978-605-333-919-9
4. ^ E Blake; A B Knapp (2008-04-15), The Archaeology Of Mediterranean Prehistory, John Wiley & Sons, 21 Feb 2005, ISBN 978-0-631-23268-1, retrieved 2012-06-22

Kitaplar

- Beckwith, Christopher I (2011) [2009]. Empires of the Silk Road: A History of Central Eurasia from the Bronze Age to the Present. Princeton: University Press. ISBN 978-0-691-15034-5.
- Bernstein, William (2008). A Splendid Exchange: How Trade Shaped the World. New York: Grove Press. ISBN 978-0-8021-4416-4.
- Davies, Glyn (2002) [1995]. Ideas: A History of Money from Ancient Times to the Present Day. Cardiff: University of Wales Press. ISBN 978-0-7083-1773-0.
- Nomani, Farhad; Rahnema, Ali (1994). Islamic Economic Systems. New Jersey: Zed Books. ISBN 978-1-85649-058-0.
- Paine, Lincoln (2013). The Sea and Civilisation: a Maritime History of the World. Atlantic. (Covers sea-trading over the whole world from ancient times.)
- Watson, Peter (2005). Ideas: A History of Thought and Invention from Fire to Freud. New York: HarperCollins Publishers. ISBN 978-0-06-621064-3.

Ayrıca bakınız

- Ticari işletme
- Ticaret hukuku
- Tacir
- Esnaf

Otorite kontrolü	BNE: XX524791 (http://catalogo.bne.es/uhtbin/authoritybrowse.cgi?action=display&authority_id=XX524791) · BNF: cb11971502m (https://catalogue.bnf.fr/ark:/12148/cb11971502m) (data) (https://data.bnf.fr/ark:/12148/cb11971502m) · GND: 4023222-0 (https://d-nb.info/gnd/4023222-0) · LCCN: sh85028901 (https://id.loc.gov/authorities/subjects/sh85028901)